

представники ринку експрес – доставки – це створення великої мережі відділень в Україні, а також другий важливий напрямок – це міжнародні доставки за помірними цінами і в найкоротші терміни. Важливий акцент робиться на кур'єрській доставці «до дверей», що дуже приваблює клієнтів, оскільки економить їм час на відвідування відділень.

Але компаніям необхідно задуматись над створенням нових цікавинок, які забезпечать їм конкурентні позиції

### **Список використаної літератури:**

1. Багрова І.З. Складові та фактори конкурентоспроможності / І.З. Багрова, О.Р. Нефедова // Вісник економічних наук України. – 2007. – № 1. – С. 11-16. 1, с. 51].

**Феєр Оксана Валеріївна,**

к.е.н., доцент кафедри  
менеджменту та управління економічними процесами

**Савчин Ольга Іванівна,**

магістр зі спеціальності «Менеджмент»,  
Мукачівського державного університету

## **АСОРТИМЕНТНА ПОЛІТИКА - ІНСТРУМЕНТ УПРАВЛІННЯ АСОРТИМЕНТОМ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ**

Сьогодні підприємства працюють на ринку в жорстких умовах, що причинено активізацією підприємницької діяльності та як наслідок високим рівнем конкуренції. Це вимагає постійного контролю за процесом формування, вдосконалення і оновлення асортименту продукції, оскільки саме від цього залежатиме отримання позитивного фінансового результату - прибутку у довгостроковому періоді.

Тому вкрай важливим в конкурентній боротьбі є формування збалансованого асортименту товарів та управління ним, що забезпечить підприємству конкурентні переваги з поміж виробників аналогічної продукції.

Формування та управління асортиментом полягає у тому, щоб товаровиробник вчасно пропонував певну сукупність товарів, які б, відповідаючи профілю його виробничої діяльності, найбільш повно задовольняли вимоги певних категорій покупців [1, с. 77].

На формування асортименту продукції впливають окремі чинники. Зокрема це наявні виробничі можливості, грамотний і кваліфікований персонал, налагоджена система постачання та збуту, правильний вибір стратегічної зони господарювання, вподобання і інтереси населення, рівень життя і доходи споживачів тощо.

З метою формування відповідного асортименту продукції керівництво підприємства має сформулювати конкретні цілі, завдання і основні напрямки формування асортименту, тобто реалізовувати асортиментну політику.

Асортиментна політика підприємства - це система заходів стратегічного характеру, спрямована на формування конкурентоспроможної моделі, що забезпечує стійкі позиції підприємства на ринку і отримання необхідного прибутку. Ця політика є центральним елементом комерційної стратегії підприємства на ринку. Головною її метою в сучасних умовах господарювання є визначення набору товарів, найкращих для обслуговування сегмента ринку [2, с.28].

Асортиментна політика є складовою загальної стратегії підприємства і її ефективність залежить від наявної системи управління.

«Планування та управління асортиментом - є важливою і невід'ємною частиною управління і важливим засобом конкурентної боротьби. Крім збуту, цей процес безпосередньо стосується сфери виробництва, фінансування, матеріально-технічного забезпечення, а також взаємовідносин із технологічними та конструкторськими підрозділами. Тому наслідки помилок, допущених у плануванні асортименту, не можуть бути в майбутньому нейтралізовані політикою збуту та зусиллями реклами. Сутність управління асортиментом полягає у створенні продуктів, які споживач бажає придбати, задля пропонування цих товарів у необхідних обсягах і своєчасно. Основною метою при цьому є

оптимізація асортименту з урахуванням стратегічних ринкових цілей підприємства» [3].

### **Список використаної літератури:**

1. Кузьминчук Н.В. Формування асортиментної політики виробничого підприємства / Н.В. Кузьминчук, Т.М. Куценко, І.Ю. Тарасенко // Вісник НТУ «ХП». 2014. № 66 (1108).-с. 76-83.
2. Виноградова С.Н. Організація комерційної діяльності / С.Н. Виноградова, С. П. Гурська, О. В. Пігунова та ін. за заг. ред. С. Н. Виноградової.[Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://ebib.pp.ua/assortimentnaya-politika221-formirovanie-9946.html>
3. Кардаш В.Я. Товарна інноваційна політика: підручник. / В.Я. Кардаш, І.А. Павленко, О.К Шафалюк. - Київ: КНЕУ, 2002. - 266 с.

**Черничко Тетяна Володимирівна,**

д.е.н., професор,  
завідувач кафедри фінансів,  
Мукачівського державного університету

**Черничко Станіслав Федорович,**

к. е.н., доцент кафедри товарознавства та  
комерційної діяльності

Ужгородського торгово-економічного інституту КНТЕУ

## **ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА ЩОДО РЕГУЛЮВАННЯ ІНФЛЯЦІЇ: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ**

Зв'язок між стабільним рівнем цін в економіці та динамкою економічного зростання є досить полемічним. Окремі економісти вважають, що зменшення темпів інфляції є основним фактором пожвавлення економічної динаміки [1, с. 52], інші наголошують на тому, що «...існують механізми, використання яких



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>